

Consultation de l'industrie pour l'établissement du Fonds des médias du Canada (FMC)

Le Regroupement des producteurs multimédia (RPM) est heureux de déposer ses observations et recommandations dans le cadre de cette consultation de l'industrie pour l'établissement du Fonds des médias du Canada. (FMC).

Toutefois, compte tenu de la composition de son membership – près de 70 entreprises actives en production de contenu audiovisuel et interactif de commande, de convergence et original sur diverses plateformes – le RPM va limiter son intervention à certains enjeux spécifiques qui recoupent directement les intérêts de ses membres.

Allocation de fonds aux programmes - volets convergent et expérimental

Bien entendu, l'enjeu concernant l'allocation de fonds aux programmes « volets convergent et expérimental » nous interpelle directement.

À la question *Comment le FMC doit-il répartir ses fonds entre les volets convergent et expérimental ?*

1. Le RPM préconise que chacun de ces volets représente un minimum de 10 % du budget total du FMC, dès avril 2010, et qu'ils atteignent respectivement 20 % des fonds disponibles dans un horizon de trois ans.
2. Cette recommandation est basée sur le fait que la consommation de contenu original audiovisuel et interactif et de contenu télévisuel sur diverses plateformes est déjà une réalité qui, en termes statistiques, justifie amplement que le cinquième des enveloppes du FMC leur soit alloué.
3. Pour le volet expérimental en particulier, nous recommandons :
 - Que 95 % des fonds soit réservé à des producteurs indépendants;
 - Que ce volet tienne compte d'enjeux culturels liés aux nouveaux médias et puisse ainsi inclure de nouvelles réalités d'expression telles la webtélé et toute autre forme de contenu original audiovisuel et interactif en émergence;
 - Que celui-ci puisse faire de la place à l'innovation associée à de nouvelles voix et à des professionnels en devenir, sur la base notamment du statut du promoteur du projet;
 - Que les politiques liées à ce volet puissent, par ailleurs, consolider la position de certains promoteurs qui sont présents dans le marché depuis quelques années déjà. Ceci pourrait notamment se faire par une aide à la commercialisation et une reconnaissance explicite des succès antérieurs.
4. Pour le volet convergent, nous recommandons :
 - Que 95 % des fonds soit réservé à des producteurs indépendants.

Enveloppes de rendement – entités admissibles

À la question *Dans la mesure où une entité de distribution sur les nouvelles plateformes n'est pas associée à un télédiffuseur, en fonction de quels critères celle-ci devrait être reconnue admissible ?*

5. Le RPM croit d'emblée qu'il faut être en mesure de trouver une alternative aux diffuseurs télévisuels comme entité de diffusion admissible. Dans les stratégies de rayonnement de contenu sur les nouvelles plateformes, il faudra donc bien circonscrire ce qu'est une entité de diffusion admissible, généralement appelée à émettre une licence et à jouer un rôle actif dans la mise en valeur du projet.
6. En gros, nous croyons que les critères suivants devraient être considérés pour rendre une entité admissible :
 - Que celle-ci possède une vocation et une approche éditoriale liées à la diffusion de contenu culturel ou de divertissement;
 - Qu'elle soit en mesure de démontrer une portée minimale en termes de fréquentation et une pérennité dans ses opérations;
 - Qu'elle soit opérée par des professionnels en mesure de démontrer leurs capacités, sur la foi d'expériences préalables dans des projets similaires, ou par toute autre forme d'activités connexes en diffusion et mise en marché de contenu sur les nouvelles plateformes;
 - Qu'elle soit de propriété canadienne ou sous contrôle d'intérêts canadiens.

Contenu convergent

À la question *Quels critères le FMC devrait considérer afin de déterminer le contenu original à valeur ajoutée répondant à ses exigences ?*

7. Le RPM recommande les critères suivants :
 - Que le contenu soit original et exclusif aux nouvelles plateformes (excluant la télé);
 - Qu'il soit diffusé dans un environnement offrant des fonctionnalités d'interaction avec le contenu ou d'échange entre utilisateurs, dans le cas notamment de contenu audiovisuel original sous forme de webisode ou de mobisode.

À la question *Est-ce que ces critères devraient être identiques pour tous les projets ou devraient-ils être modulés en fonction de la nature même du contenu traité (enfants/jeunesse, dramatique, documentaire, variété/arts de la scène) et de la plateforme utilisée (web, TVi, mobile, etc.) ?*

8. Le RPM croit que des distinctions devraient être faites en regard de la nature même du projet. L'expérience des dernières années nous démontre qu'il est difficile d'offrir la même expérience et la même valeur ajoutée entre, par exemple, un projet destiné à un public jeunesse (où la notion ludique est souvent davantage développée) et un projet lié à un documentaire (où le sujet circonscrit beaucoup le traitement qu'on peut en faire).

9. De même, les diverses plateformes numériques n'offrent pas encore le même niveau d'interactivité compte tenu entre autres des appareils, des réseaux et des systèmes d'opération utilisés. Il faudra donc pondérer la valeur ajoutée des projets en fonctions de chacune de celles-ci.

À la question *Est-ce que les droits de diffusion pour les nouvelles plateformes doivent être distincts des droits de diffusion associés à la télévision ou pourraient-ils être combinés ?*

10. Le RPM croit que les droits de diffusion pour les nouvelles plateformes doivent être distincts afin, d'une part, de permettre à des entités de diffusion autres que les télédiffuseurs de financer des projets convergents. D'autre part, même provenant d'une entité de diffusion liées à un télédiffuseur, nous préconisons que les droits soient distincts pour établir une juste valeur au volet convergent. Autrement, il devient difficile de départager l'un et l'autre.

À la question *Est-ce qu'une certaine forme d'intérêt du marché (par un engagement financier d'une tierce partie, par exemple) devrait être requise pour la composante nouvelle plateforme d'un projet convergent ?*

11. Le RPM répond qu'il faut faire attention de ne pas imposer un double standard entre la production télévisuelle et la production numérique et interactive. Cet exigence d'établir un intérêt du marché n'est pas requise pour un projet en télévision ; le télédiffuseur étant généralement reconnu comme l'ultime responsable de déterminer s'il y a une adéquation entre le projet et ses clientèles. Nous pensons donc qu'il pourrait en être ainsi de la part d'une entité de diffusion admissible pour le volet convergent.
12. Nous croyons cependant que des projets qui sont en mesure de clairement démontrer un intérêt concret de la part du marché pourraient bénéficier d'une forme de bonification ou de prime par rapport aux autres projets soutenus par le FMC.

Considérations générales

13. Au-delà des réponses à des questions spécifiques préalables à cette consultation, le RPM aimerait attirer l'attention sur divers points que nous jugeons d'intérêt dans le cadre de cet exercice.
14. Tout d'abord, le RPM croit qu'il serait à propos de revoir le qualificatif « expérimental » dans le terme « volet expérimental ». Après plus de quinze ans de production en multimédia au Canada et compte tenu du niveau croissant de consommation de contenu dans des environnements interactifs, nous croyons que ce volet de la production médiatique a dépassé le stade de l'expérimentation.
15. Ce qui ne veut pas dire, comme nous l'avons indiqué précédemment dans ce document, qu'il ne faut pas laisser place à l'innovation et à l'expression de nouvelles voix au sein de ce programme.

16. Le RPM aimerait également souligner le défi éventuel que représente le financement du volet convergent pour l'ensemble des projets télévisuels soutenus par le FMC. En considérant le scénario élaboré dans le tableau suivant, on arrive à un budget moyen de 84 000 \$ par projet. Ce qui à notre sens est largement inférieur au budget généralement octroyé pour ce genre de projet.

Scénario de financement des projets convergents par le FMC

Sources	Contribution - \$	Contribution - %	Contribution par projet *
FMC	20 M \$	50 %	42 000 \$
Diffuseurs	10 M \$	25 %	21 000 \$
Autres sources (Fonds Bell, Fonds Quebecor, etc.)	10 M \$	25 %	21 000 \$
Total	40 M \$	100 %	84 000 \$

* Sur la base de 475 projets de télévision financés par année (données de 2007-2008)

17. Par ailleurs, dans la mesure où 50 % des budgets¹ devrait provenir de sources externes, tels les entités de diffusion (via des licences), les autres fonds dits convergents (Fonds Bell et Fonds Quebecor) et les mesures fiscales², le RPM émet de sérieux doute sur la capacité de ces autres sources à combler le manque à gagner (près de 10 M \$ par année pour le Canada – ce qui représente la presque totalité des sommes investies par le Fonds Bell et le Fonds Quebecor).
18. C'est dans cette perspective que nous demandons que la contribution du FMC pour les projets du volet convergent puisse aller jusqu'à 75 % des budgets.

Le RPM remercie les représentants du FMC de lui avoir donné cette occasion d'exprimer certaines de ses vues dans le cadre de cette importante consultation. Nous osons croire que les décisions qui en découleront seront au bénéfice de l'ensemble des acteurs concernés par les bouleversements majeurs que vivent actuellement les médias au Canada.

Nous demeurons à votre entière disposition pour la suite du processus.

Pour plus d'informations :

M. Marc Beaudet, président du RPM : mbeaudet@turbulent.ca, 514-788-8988 # 231,

M. Gilbert Ouellette, gestionnaire du RPM : go@radarmedias.com, 514.813-3586

¹ Comme ce fut le cas pour le programme des médias numériques du Fonds canadien de télévision (FCT).

² Au Québec cependant, toute contribution publique et parapublique est réduite d'autant des crédits d'impôt pour la production de titres multimédia.